

**Матеріали XIV міжнародної науково-практичної конференції  
«Суспільні науки у 2018 році»**

м. Краматорськ  
19 січня 2018 року

**Материалы XIV международной научно-практической конференции  
«Общественные науки в 2018 году»**

г. Краматорск  
19 января 2018 года

**Proceedings of XIV International scientific conference  
“Social sciences in 2018”**

Kramatorsk  
Jan 19th, 2018

ББК 60.5+74+80+87.3+88.3  
УДК 001+101+159.9+37+316+801  
М34

М34 Матеріали XIV міжнародної науково-практичної конференції «Суспільні науки у 2018 році». – Вінниця: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017. – 78 с.

Збірник матеріалів матеріалів XIV міжнародної науково-практичної конференції «Суспільні науки у 2018 році». Представлені результати робіт з широкого кола гуманітарних дисциплін.

Роботи подаються мовою оригіналу. Відповідальність за зміст робіт несуть автори та наукові керівники.

**ББК 60.5+74+80+87.3+88.3**  
**УДК 001+101+159.9+37+316+801**

Наукова ініціатива «Універсум»  
84301, а/с 65, м. Краматорськ, Україна  
Тел.: +380671187401  
E-mail: [mail@iscience.me](mailto:mail@iscience.me)  
Web: [www.iscience.me](http://www.iscience.me)

© Автори робіт, 2017  
© Наукова ініціатива «Універсум», 2017  
© ТОВ «Нілан-ЛТД», 2017

## Зміст

### СЕКЦІЯ 1. Педагогіка

<i>Artemenko S.B., Benko D.R., Yalovenko A.O.</i> THE FEATURES AND ADVANTAGES OF ATTRACTING THE STUDENTS TO SCIENTIFIC RESEARCH ACTIVITY IN HIGH EDUCATION	5
<i>Fanenshtel N.V.</i> THE COLOR VOWEL APPROACH AS AN EFFECTIVE SOLUTION IN TEACHING SPOKEN ENGLISH	9
<i>Kliuyeva E.M.</i> WEB 2.0 TECHNOLOGIES APPLICATION IN TEACHING FOREIGN LANGUAGES	12
<i>Simonenko N.O.</i> PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF STUDENTS' SELF-DIRECTED WORK IN HIGHER MEDICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE USA	16
<i>Trubavina I.M.</i> PROGRAM EDUCATIONAL COURSE "ORGANIZATION OF INFORMATION AND DISCUSSION SOCIAL WORK FOR INTERNAL TRAFFICKED PERSONS" FOR SOCIAL WORKERS OF THE INTEGRATED SUPPORT CENTER	20

### СЕКЦІЯ 2. Психологія

<i>Arpentieva M.R.</i> PARTISIPATION AND CULTURE OF SERVICE	25
<i>Kliukas O.O.</i> MODERN CHILD IN THE INTERNET-ENVIRONMENT: THREATS AND PROSPECTS FOR LIFE DEVELOPMENT	29

### СЕКЦІЯ 3. Філософія

<i>Blokha Y.Y.</i> PECULIARITIES OF COMPREHENSION OF JUSTICE IN THE POLITICO-PHILOSOPHICAL CONCEPTS OF THE EARLY MODERN ERA	38
<i>Drannyk V.A.</i> THE INFLUENCE OF THE GROUP ON THE DEVELOPMENT OF PERSONALITY	40

### СЕКЦІЯ 4. Соціологія

<i>Pyatkovska O.R.</i> SCIENTIFIC DISCOURSE OF THE TERM "MIGRATION CORRIDOR"	43
<i>Mushchynska N.Y., Yanholenko O.S.</i> PERSPECTIVES OF PROFESSIONAL DEVELOPMENT IN UKRAINE	46

### СЕКЦІЯ 5. Історія

<i>Angelova R.Z.</i> MAGAZINE "POLICEMAN" (1928-1942)	50
<i>Lytvyn N.N.</i> KHARKIV INSTITUTE OF PEOPLE'S MENAGE: HISTORY OF FORMATION AND DEVELOPMENT	53
<i>Malinina T.V.</i> STAFFING FORMATION IN EDUCATION (FROM THE EXPERIENCE OF THE STUDENT BUILDING UNITS OF THE KICEE)	56

*Omelchenko S.V.* THE CONTRIBUTION OF K.V. DUBNYAK (1890–1948)  
IN THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF UKRAINIAN LOCAL  
LORE 63

*Osadcha O.V.* SCIENTIST ZASUKHIN ALEXEI (1884-1922) –  
FORMATION OF SCIENTIFIC WORLDWIDE KYIVSKIY POLYTECHNICAL  
INSTITUTE OF ALEXANDER EMPIRE II 65

СЕКЦІЯ 6. Філологія

*Orendarchuk O.L.* THE INTERRELATION OF THE MEANING  
STRUCTURE AND THE SYNTACTIC PARADIGM OF THE VERB 69

СЕКЦІЯ 7. Політологія

*Kuprii T.G.* IMAGAL IMAGES OF UKRAINIAN SOCIETY (FOR  
EXAMPLE, RUSSIANS AND POLES) 73

СЕКЦІЯ 7. Політологія

**IMAGAL IMAGES OF UKRAINIAN SOCIETY (FOR EXAMPLE,  
RUSSIANS AND POLES)**

**ІМАГОЛОГІЧНІ ОБРАЗИ УКРАЇНСЬКОГО СУСПІЛЬСТВА (НА  
ПРИКЛАДІ РОСІЯН ТА ПОЛЯКІВ)**

*Купрій Тетяна Георгіївна*

*доцент кафедри філософії*

*Київський університет імені Бориса Грінченка*

*м. Київ, Україна*

*Abstract.* Being and forming in a state of war, Ukraine faced the challenge of forming not only numerous doctrines for the protection of national or informational security, but also the formation of its political identity with its «friends» and «enemies». The question becomes even more controversial and relevant, because the political imological images of a modern Ukrainian do not have a clear expression in the communication discourse, some aspects of which will be attempted by the author in this article.

*Keywords:* imagery, political identity, «enemy», image.

*Анотація.* Перебуваючи і формуючись у стані війни Україна постала перед викликом формування не тільки численних доктрин захисту національної чи інформаційної безпеки безпеки, але і становлення своєї політичної ідентичності з її «друзями» і «ворогами». Питання набуває ще більшої дискусійності і актуальності, бо політикоімагологічні образи сучасного українця не мають однозначного вираження в комунікаційному дискурсі, деякі аспекти якого спробує в даній статті розкрити автор.

*Ключові слова:* імагологія, політична ідентичність, «ворог», образ.

Розвиток української державності в останні десятиліття, процеси трансформації та демократизації суспільства, пошуки основних векторів розвитку, потреба усвідомлення статусу та ролі у глобальній міжнародній системі, а також позиціонування держави у світі зумовлюють необхідність «становлення» у суспільній свідомості сприйняття цих процесів у вигляді певного образу політичної конструкції чи образів сфер її функціонування. Одночасно сукупність складних та суперечливих трансформаційних процесів, в основі яких діяльність державних й громадських інститутів, їхнє відображення у свідомості людей і формують значною мірою сучасний образ суспільства.

Під образом суспільства ми розуміємо уявлення про географічні характеристики проживання населення, інформацію пов'язану зі сферами життєдіяльності (політикою, економікою, культурою, релігією, правом, науково-технічною сферою, освітою, спортом, туризмом тощо), з історією цього суспільства, з відомими постатями та пересічним громадянами. Сучасна

наукова спільнота активно досліджує різноманітні теоретичні і практичні аспекти питання імагології. Підвалини цього міждисциплінарного наукового напрямку були закладені ще в сер. XX ст. Ж.-М. Карре, М.- Ф. Гійяром, Е. Менертом. Їх наукові дослідження продовжили Х. Дізеринк, Д. Пажо, М. Фішер, Ч. Пірс.

Поняття, які тісно пов'язані з образами абсолютно не залежать від їх реального змісту й утворюють синтез усіх несвідомих бажань, надій та нашаровуються один на інший. Відбувається семантичне перенесення, внаслідок чого ототожнюються об'єкти, насправді різні: батьківщина – держава, ром – ошуканець, мусульманин – потенційний терорист і т. ін., що надає можливість їх по-різному інтерпретувати. Безкінечний потік інформації, символів, образів, картин сприяє міфологізації свідомості людини. Міфосвідомість дозволяє «олюднити» соціально-політичні відносини, змалювати боротьбу сил добра і зла, справедливості та несправедливості, й у такий спосіб, сприяти самоідентифікації особистості, вибору певних симпатій та антипатій, реакцій і дій [3, с. 112].

Загальновідомо, що концептуальна система знаків комунікації (дискурсу) організована по лінії архаїчного архетипного протистояння «свій-чужий» (у період розпаду політичних пристрастей концептів «друг-ворог»). В американському політичному дискурсі часто повторюються комплекс міфологічних мотивів, розкритий за допомогою мовних конструкцій: «таємний ворог»; «мужній лідер»; «наша сила – у єдності», «об'єднані ми вистоймо». У сучасному російському політикумі аналітики бачать реалізацію класичних канонів міфологічного мислення перехідного стану суспільства. Міфоструктури розраховані на есхатологічне залякування мас; персоніфікований «образ ворога» як пояснювальну модель труднощів і приводів для уникнення відповідальності; персоніфікований «образ героя»; використання архаїчної символіки; апеляція до минулого як до «золотого віку» тощо. Натомість український Герой традиційно був борцем із владою (імперською, ідеологічною, владою держави-завойовника), і засаднича недовіра до владних авторитетів підтримує офіційного лідера і героя-опозиціонера, героя-мученика. Тому спадково, генетично актуальний у зв'язку із особливим сентиментом українського громадянина, образ «іншого» / «чужого» є достатньо амбівалентним. Психологічне тло емпатії пересічного громадянина у часи перманентного хаосу і війни до тих чи інших соціальних груп набувають сакрального значення і є запорукою сповнення зосереджених в цих образах прагматичних надій [4, с. 122].

Історичні стереотипи як образи мислення і сприйняття оточуючого світу завжди мали місце у відносинах з іншими народами. Образ сусіднього народу, через ті чи інші історичні обставини, часто представлений як набір певних рис, що не завжди відповідають дійсності. Взаємні негативні/позитивні уявлення суспільств проходили розвиток відповідно до інтенсивності контактів. У різні періоди історії стереотипи зароджувалися, змінювалися й зникали. Схожий

процес відбувався на початку 90-х років XX ст., після здобуття Україною незалежності та встановлення відносин між окремими незалежними державами. Сусідні народи почали по-новому дивитись на спільні історію, сьогодення та майбутнє. Народні стереотипи найчастіше демонструють ставлення до «чужих»: до людей, країн, інших культур. Однак «чужі» не є монолітною масою. Деякі з них є сусідами, інші – ні. Одні народи є ворогами, інші – ні. Певні суспільні групи можуть бути репрезентовані меншинами, які живуть серед нас, говорять або ні нашою мовою. Наша довіра залежить від актуальних політичних та економічних обставин, а також від сталої ієрархії цінностей певного народу. Незважаючи на ці залежності, стереотипи завжди дуже стабільні. Залежно від обставин вони або «позитивні», або «негативні». Сусідні країни мають, як правило, кілька відмінних уявлень один про одного, кілька народних стереотипів, що служать різній меті. Стереотипи активні при певних обставинах: у період масового туризму, під час річниць війн, спільних державних подій тощо. У мирні, щоденні періоди немає потреби підкреслювати негативні елементи, які виступають у наших стереотипах у ставленні до людей та народів, з якими підтримуємо хороші стосунки [2, с. 248].

Образ нації і її представників є комплексним поняттям, яке включає в себе багато складових, виділяючи при цьому внутрішні та зовнішні чинники, які впливають на формування позитивного образу. Інформуючи людину про стан світу і заповнюючи його дозвілля, ЗМІ також впливають на весь склад її мислення, на стиль світосприйняття, на тип культури сьогодення. Кардинальні суспільно-політичні зрушення, що відбулись в Україні внаслідок подій 2013-2014 рр., чітко визначили європейський вектор розвитку нашої держави, і окреслили довговказ «друзів» і «ворогів» в етнічному форматі. Багаточисленні останні соціологічні дослідження аналітичних центрів (Центр Разумкова, КМІС тощо), контент-аналіз значимих суспільно-політичних видань, опитування громадської думки виявили тенденцію формування кардинально імагологічного образу наших найближчих сусідів, аніж це стереотипно складалося протягом багатьох століть. Сьогоднішні спостереження над поведінкою, життєвими цінностями, симпатіями й антипатіями українців дають змогу висунути тезу про настання суттєвих змін українського стереотипу по відношенню до поляків та росіян – найближчих наших сусідів.

У загальному, як показують результати дослідження виявилось, що українці у кількості лише 3,6% від загального складу переймаються питаннями взаємовідносин громадян України різних національностей. Ставлення населення України до Росії як до держави виявилися у негативному форматі (47% українців) і позитивному – 40%. При чому опитані чітко розрізняють позитивну позицію до керівництва Росії – 8% (переважно за рахунок Сходу і Донбасу) і до росіян – 67% українців. Кількість тих, хто бажає дружніх стосунків двох незалежних держав з відкритими кордонами без віз та митниць складає 46% [5]. Все це говорить проте, що незважаючи на конфронтаційні відносини між Україною та Росією, бачення росіянина українцем відносно негативне. Образ «ворога - росіянина» ні історично

стереотипно, ні в наш час не закріпився в усвідомленні співвітчизників, зважаючи на кореляції географічного та етнічного розташування народів. І політична компонента конфлікту: нахталт «захисту російськомовних», анексії Криму чи нелегітимності влади, а відтак – «зазомбованості» українців не відіграє значної ролі у формуванні образу протилежної сторони.

Станом на лютий 2017 р. «за» вступ до ЄС проголосувало б 64% громадян України, що в переважній більшості говорить про формування в країні бачення образу західної цивілізації та налагоджування контактів з європейськими народами. Якщо говорити про найближчого західного сусіда, то аналіз джерельної бази засвідчив, що стереотип поляка традиційно має упереджені уявлення та переконання українських продуцентів. Просторовий символічний образ поляка, який історично склався, найчастіше мав негативні конотації. Важко боротися з антилюдьми, проте за останні чверть століття образ поляка як «захисника інтересів України на європейській арені», «адвоката» у ЄС із політичної площини перейшов на соціоетнічну. І вже образ мислення і сприйняття поляків за допомогою суджень та умовиводів склався настільки, що ще за опитуваннями 2006 р. Польщу було визнано найпривабливішою країною-співробітницею [1, с. 213]. Більша частина українців приписує полякам позитивні добросусідські риси характеру. Навіть події 2016-2017 рр. (визнання сеймом Польщі волинської трагедії – геноцидом у липні 2016 р., «Марш орлят» у Перемишлі у грудні 2016 р.), які були проявами маргінальних сил Польщі, засвідчили про адекватну реакцію українських кіл і ще одну підставу до кроку в європейський цивілізований простір.

Сьогодення показує, що деяким політичним силам вигідно підтримувати напружені відносини між сусідніми народами. Історично складені упередження значній частині громадськості заважають зрозуміти протилежну сторону і перейти на новий щабель соціальних і політичних відносин. Українці, які завжди відрізнялися своєю добротою та чуйністю намагаються у своїх висновках про інші народи не ставити в центр далеке минуле як аргумент сучасних інтерпретацій і демонструють на весь світ свою практичну волю.

#### Література:

1. Кравчук А. Стереотип поляка у мовній свідомості української молоді / Алла Кравчук // Вісник Львівського університету. Серія філологія – 2009. – Вип. 48. – С. 212–222.
2. Ніколішина О.В. Українсько-польські стереотипи // Розпад Радянського Союзу та міжнародні інтерпретації завершення «холодної війни»: 20 років потому. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції. –Запоріжжя: Інтер-М, 2011 – С. 247-251.
3. Хавкіна Л.М. Сучасний український рекламний міф : [монографія] / Л.М.Хавкіна. – Харків: Харківське історико-філологічне товариство, 2013. – 352 с.
4. Чік Л. Засоби мовного маніпулювання у сучасних ЗМІ [Електронний ресурс]. / Л. Чік // Літературний процес: методологія, імена, тенденції. Філологічні



науки. – 2015. – № 5. – С.121-123. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Litpro\\_2015\\_5\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Litpro_2015_5_33)

5. Як змінювалося ставлення населення України до Росії та населення Росії до України у 2016 році: Звіт. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=680&page=2>